



นวัตกรรมบริการลูกค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
บริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ท่าอากาศยานนานาชาตินครศรีธรรมราช*
CUSTOMER SERVICE INNOVATION INFLUENCE DECISION-MAKING IN SERVICE
UTILIZATION OF BIRD EXPRESS LOGISTICS COMPANY LIMITED, NAKHON SI
THAMMARAT INTERNATIONAL AIRPORT

จักรภัทร บัวแก้ว, โสภิน รัตนสุภา*, วิชิตา สองเมือง

Chakraphat Buakaew, Sopin Rattanasupa*, Wichuta Songmuang

คณะวิทยาการจัดการ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้ นครศรีธรรมราช ประเทศไทย

Faculty of Management Science, Southern College of Technology, Nakhon Si Thammarat, Thailand

*Corresponding author E-mail: ssopinster@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในนวัตกรรมบริการของบริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ท่าอากาศยานนานาชาตินครศรีธรรมราช และวิเคราะห์อิทธิพลของนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ บริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด^{*} เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่ม ตัวอย่าง คือ ลูกค้ารายใหญ่ จำนวน 52 คน เลือกแบบเจาะจง เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนาใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิงใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจในนวัตกรรมบริการของบริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด^{*} โดยภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน ด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านเทคโนโลยี ด้านข้อมูลสารสนเทศ และด้านสภาพแวดล้อม ตามลำดับ และมีระดับการตัดสินใจใช้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อวิเคราะห์อิทธิพลของนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณพบว่า นวัตกรรมบริการด้านกระบวนการ และด้านสภาพแวดล้อม ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านข้อมูลสารสนเทศ และด้านเทคโนโลยีไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ผลที่ได้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของนวัตกรรมบริการ ที่ผ่านการคิดอย่างเป็นระบบและเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการมาใช้เป็นแนวทางการพัฒนาหรือปรับปรุงระดับการบริการเพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยเน้นการอำนวยความสะดวก เน้นความรวดเร็วในการให้บริการ รวมถึงจัดเตรียมเครื่องมือและอุปกรณ์ในการดำเนินการขนส่งที่ดี

* Received 2 March 2025; Revised 30 March 2025; Accepted 31 March 2025

คำสำคัญ: นวัตกรรมบริการลูกค้า, การตัดสินใจเข้าใช้บริการ, บริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส โลจิสติกส์ จำกัด, ท่าอากาศยานนานาชาตินครศรีธรรมราช

Abstract

This research aims to study customer satisfaction with service innovation at Bird Express Logistics Co., Ltd., Nakhon Si Thammarat International Airport, and analyze the influence of service innovation on customers' decision to use the service. This study employs a quantitative research approach, with a sample group of 52 major customers selected through purposive sampling. The research instrument was a questionnaire used for data collection. Descriptive statistics, including mean and standard deviation, were utilized for data analysis, while inferential statistics were applied through multiple regression analysis. The findings reveal that the overall satisfaction with the service innovation of Bird Express Logistics Co., Ltd. was at the highest level. When classified by aspect, the process innovation dimension had the highest mean score, followed by technology, information, and environmental factors. The overall decision-making level regarding the use of the service was also found to be at the highest level. Furthermore, multiple regression analysis indicated that process innovation and environmental factors significantly influenced customers' decisions to use the service at a statistical significance level of 0.05. However, information and technology factors did not significantly affect the decision-making process. These results highlight the importance of well-structured and user-oriented service innovation in enhancing service quality to meet customer satisfaction. The study suggests that businesses should prioritize convenience and speed of service, including the preparation of quality tools and equipment for transportation operations.

Keywords: Customer Service Innovation, Decision-making in Service Utilization, Bird Express Logistics Co., Ltd., Nakhon Si Thammarat International Airport

บทนำ

นวัตกรรมบริการลูกค้าในยุคปัจจุบันมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่องานบริการ การนำสิ่งใหม่เข้ามาช่วยในกระบวนการบริการจะนำมาซึ่งการเพิ่มประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการให้บริการ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน สนองตอบต่อพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนไป โดยต้องการบริการที่สะดวก รวดเร็ว และสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา (Bolton, R. N. et al., 2018) นวัตกรรม (Innovation) คือ สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม และหมายถึงสิ่งที่เกิดขึ้นจากความสามารถในการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ และประสบการณ์ทางเทคโนโลยีหรือการจัดการมาพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการผลิต หรือบริการใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด เป็นการสร้าง พัฒนา และสรุป



ความรู้ (ใหม่) และ/หรือวิธีการ (ใหม่) บนฐานของความรู้หรือการปรับปรุงที่นำไปสู่การพัฒนาผลงาน (ใหม่) ให้เป็นของที่แตกต่างกันเดิม เพื่อนำมาสร้างให้เกิดประโยชน์สูงสุด (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2548) นอกจากนั้น Schumpeter, J. A. ซึ่งเป็นผู้ที่ได้นำเสนอทฤษฎีนวัตกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาและการเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจเป็นคนแรก ได้ให้ความหมายคำว่า นวัตกรรม โดยกล่าวว่า นวัตกรรมเป็นสิ่งที่องค์กรควรให้ความสำคัญใน 5 เรื่อง ด้วยกัน คือ 1) การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่โดยการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับเปลี่ยนคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้ว 2) การสร้างหรือแนะนำกระบวนการใหม่ให้เกิดขึ้นในอุตสาหกรรม 3) การสร้างตลาดใหม่หรือ การเปิดตลาดใหม่ 4) การพัฒนาอุปทานของตลาดใหม่โดยการดำเนินการด้านการจัดหาวัตถุดิบหรือปัจจัยการผลิตอื่น ๆ และ 5) การปรับโครงสร้างหรือการพัฒนาองค์กร และยังได้แบ่งประเภทของนวัตกรรมโดยสามารถแยกออกได้เป็น 4 ประเภท ('4Ps' of Innovation) ได้แก่ 1) Product Innovation: การเปลี่ยนแปลงใน "ผลิตภัณฑ์หรือบริการ" ขององค์กร 2) Process Innovation: การเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตหรือกระบวนการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการนำนวัตกรรมสู่ตลาด 3) Position Innovation: การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสินค้าหรือบริการหรือเปลี่ยนตำแหน่งนวัตกรรมสินค้าหรือบริการที่เคยออกสู่ตลาดมาแล้วให้รับรู้ใหม่ และ 4) Paradigm Innovation : การมุ่งให้เกิดนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงกรอบความคิด (Change in Mental Model) (Schumpeter, J. A., 1934) จากการจำแนกประเภทของนวัตกรรมข้างต้น ในประเภทที่ 2 Process Innovation: การเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตหรือกระบวนการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการนำนวัตกรรมสู่ตลาด การบริการ (Service) ที่มีการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบใหม่ ๆ ถือเป็นนวัตกรรมในประเภทนี้ การบริการ คือ กระบวนการขั้นตอนหนึ่งซึ่งเกิดขึ้นระหว่างผู้ให้บริการกับผู้ใช้บริการที่ปฏิบัติหรือการให้ความช่วยเหลือเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้บรรลุผลสำเร็จโดยสิ้นค่านั้น ๆ อาจจับต้องได้หรือจับต้องไม่ได้ การบริการที่ดีจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจ แนวคิดทางด้านนวัตกรรมบริการ (Service Innovation) เริ่มเป็นที่จับตามองกันมากขึ้นเมื่อเศรษฐกิจโลกและความมั่งคั่งของประเทศต่าง ๆ ล้วนแล้วมาจากภาคบริการทั้งสิ้น ในทุก ๆ ภาคส่วนของธุรกิจก็เน้นการสร้างคุณภาพด้านการบริการเพื่อสร้างความโดดเด่นเหนือคู่แข่งเป็นการสร้างความได้เปรียบด้านธุรกิจของตน Weng, M. H. et al. ได้กล่าวถึงความสำคัญของนวัตกรรมบริการไว้ว่า นวัตกรรมบริการเป็นเครื่องมือที่สำคัญทางธุรกิจที่นำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยนวัตกรรมบริการเป็นการนำนวัตกรรมมาพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบและขั้นตอนการให้บริการเพื่อบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าโดยเน้นการอำนวยความสะดวก และเพิ่มความรวดเร็วในการเข้ารับบริการ ส่วนประโยชน์ของนวัตกรรมบริการในเชิงธุรกิจ คือ ช่วยสร้างความแตกต่างในการบริการเพื่อนำไปสู่การสร้างคามพึงพอใจให้กับลูกค้า (Weng, M. H. et al., 2012)

ดร. มนุ อรดีดลเชษฐ์ ประธานกรรมการนโยบายไอซีที มหาวิทยาลัยศรีปทุม อดีตผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) ได้อ้างถึงผลสรุปจากการบรรยายในงาน SRII Asia Summit 2013 (SRII ย่อมาจาก Service Research and Innovation Institute) เมื่อวันที่ 18 กันยายน 2556 ที่ได้สรุปไว้ว่า การสร้างนวัตกรรมบริการต้องอาศัยกรอบ (Framework) เพื่อใช้เป็นหลักยึดในกระบวนการของนวัตกรรมบริการ กรอบดังกล่าวเป็นส่วนประกอบของนวัตกรรมบริการที่มี 4 ส่วน 1) ข้อมูลสารสนเทศ (Information) ข้อมูลในบริบทนี้ หมายถึง วัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของคุณค่า (Value) ที่คาดหวังจากผลงานของนวัตกรรมบริการรวมทั้งประเด็นเงื่อนไขข้อจำกัด เป็นโจทย์ที่ต้องการหาแนวทางแก้ไข หมายรวมถึงลักษณะ

การบริการ เจื่อนไซที่เกี่ยวข้อง การให้ความสะดวกแก่ผู้ใช้ อาจถือได้ว่า เป็นคุณลักษณะของกลุ่มข้อเสนอที่จะถูกสร้างขึ้น 2) กระบวนการ (Process) กระบวนการในที่นี้ หมายถึง ขั้นตอนการให้บริการในฝั่งผู้ให้บริการและกระบวนการให้บริการในฝั่งของผู้ใช้บริการ เป็นส่วนสำคัญของวงจรบริการ และเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่มีคุณค่ามากเพราะจะเป็นส่วนที่มาจากแนวความคิดใหม่ ๆ ที่ถือว่าเป็นนวัตกรรม โดยเฉพาะในยุคที่พัฒนาการด้านไอซีที่ได้ก้าวหน้าไปมาก นวัตกรรมบริการมักจะสร้างขึ้นบนพื้นฐานของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยเฉพาะบรรดาคอมพิวเตอร์เน็ตและอุปกรณ์พกพาไร้สาย 3) เทคโนโลยี (Technologies) เพื่อสนับสนุนกระบวนการที่เป็นส่วนหนึ่งของข้อเสนอเพื่อสร้างคุณค่า รวมทั้งการเชื่อมโยงทรัพยากรทั้งจากแหล่งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อร่วมกันสร้างข้อเสนอและสร้างคุณค่าจำเป็นต้องอาศัยระบบบริการ (Service System) ที่เป็นระบบไอซีที่สำคัญ ระบบบริการที่เป็นไอซีที่ยังใช้เป็นระบบส่งมอบ (Deliver System) ข้อเสนอให้ลูกค้านำไปสร้างคุณค่า ระบบบริการนี้จะถูกออกแบบให้สัมพันธ์กับข้อเสนอและกระบวนการสร้างคุณค่า การออกแบบระบบบริการถือว่าเป็นส่วนสำคัญอีกส่วนหนึ่งของวงจรบริการ และ 4) สภาพแวดล้อม (Environment) สภาพแวดล้อมในบริบทนี้ หมายถึง การรับรู้ถึงข้อมูลประวัติและภาวะการณ์ (Profile) ของผู้รับบริการที่จะช่วยให้การสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเป็นลักษณะของการพยายามเข้าใจบริบทต่าง ๆ ของผู้บริโภคเพื่อจะจะสามารถตอบคำถามลูกค้าในบริบทต่าง ๆ ได้นอกจากนี้ยังอาจหมายถึง สภาพแวดล้อมด้านอื่น ๆ ที่มีนัยสำคัญต่อการออกแบบข้อเสนอและระบบบริการที่นำไปสู่การสนับสนุนให้ลูกค้าสร้างคุณค่าได้เต็มที่ ทั้งหมดนี้ถือว่าเป็นสภาพแวดล้อมที่นักสร้างนวัตกรรมบริการต้องให้ความสนใจและเป็นส่วนหนึ่งของวงจรบริการที่มาในรูปของข้อเสนอแบบเบ็ดเสร็จ (มู อรติตลเชษฐ์, 2556)

บริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด (BIRD Express) เป็นบริษัทที่ให้บริการการขนส่งทางอากาศ (Air Freight) เน้นความรวดเร็วในการเคลื่อนย้ายสินค้าจากต้นทางไปยังปลายทาง โดยใช้เครื่องบินพาณิชย์หรือเครื่องบินขนส่งเฉพาะทาง เหมาะสำหรับสินค้าที่มีมูลค่าสูง น้ำหนักเบา หรือสินค้าที่ต้องการความรวดเร็ว ลักษณะเด่นของการขนส่งสินค้าทางอากาศ คือ 1) ความรวดเร็ว เหมาะสำหรับการส่งสินค้าเร่งด่วน และ 2) ความปลอดภัยสูง มีการควบคุมดูแลสินค้าอย่างใกล้ชิดรวมถึงมาตรฐานความปลอดภัยของสายการบิน ส่วนข้อเสีย คือ 1) ข้อจำกัดด้านขนาดและน้ำหนัก เครื่องบินมีข้อจำกัดเกี่ยวกับขนาดและน้ำหนักของสินค้า และ 2) ต้นทุนสูงค่าใช้จ่ายในการขนส่งมักสูงกว่าประเภทอื่น ทำให้เหมาะสำหรับสินค้าที่มีมูลค่าหรือความสำคัญสูง ท่าอากาศยานนานาชาตินครศรีธรรมราช ตั้งอยู่ที่ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ปัจจุบันเปิดให้บริการทั้งหมด 3 สายการบิน ได้แก่ 1) นกแอร์ (Nok Air) 2) ไทยไลออนแอร์ (Thai Lion Air) และ 3) ไทยแอร์เอเชีย (Thai Air Asia) บริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด (BIRD Express) ได้เป็นพาร์ทเนอร์กับสายการบินไทยไลออนแอร์ในการจัดการด้านการขนส่งสินค้าทั้งหมดของสายการบินไทยไลออนแอร์ BIRD Express ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2564 โดยมีวิสัยทัศน์ที่จะเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมการขนส่งสินค้าทางอากาศ ให้ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น ราคาจับต้องได้ และเป็นการขนส่งสินค้า ระยะทางไกลแบบรวดเร็วที่สุด บริการขนส่งสินค้าแบบข้ามภาค หรือข้ามภูมิภาค ที่เหมาะสำหรับสินค้า หรือเอกสารสำคัญต่าง ๆ ที่ลูกค้าต้องการใช้งานอย่างเร่งด่วน โดยสามารถเลือกรับสินค้า หรือเอกสารได้ที่คลังสินค้าของท่าอากาศยานภายในประเทศ หรือรับสินค้าแบบถึงมือได้ใน



สถานที่ที่ลูกค้าต้องการ (บริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด, 2567) การทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการจะนำมาซึ่งการตัดสินใจใช้บริการ ในส่วนของการตัดสินใจเข้าใช้บริการ (Decision Making) มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการไว้ อาทิ Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. ได้ให้ความหมายของกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคว่า หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไปพฤติกรรมผู้บริโภคมีการพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจทั้งด้านจิตใจ และพฤติกรรมทางกายภาพ (Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L., 1994) นอกจากนั้น Kerin, R. A. & Hartley, S. W. กล่าวถึงแนวคิดการตัดสินใจซื้อว่าจะเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งประกอบไปด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการประเมินผลหลังการซื้อ ซึ่งการเข้าใช้บริการของลูกค้าจะส่งผลต่อการสร้างผลกำไรและความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการ (Kerin, R. A. & Hartley, S. W., 2019) ความพึงพอใจ ตามความหมายของพจนานุกรมทางด้านจิตวิทยาได้ให้คำจำกัดความไว้ว่าเป็นความรู้สึกของผู้รับบริการที่มีต่อสถานบริการตามประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานบริการนั้น ๆ ความแตกต่างที่เห็นได้ชัดเจน คือ ความพึงพอใจเป็นทัศนคติที่มีต่อการให้บริการของบุคคลต่อองค์กร (Attitude Object) Shelly, M. ได้สรุปทฤษฎีความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นทฤษฎีว่าด้วยความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวก และความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทุกชนิดของมนุษย์จะอยู่ในกลุ่มของความรู้สึกสองแบบนี้ ความรู้สึกทางบวกเมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความรู้สึกนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือเป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับทำให้เกิดความสุข หรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีกซึ่งความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ ความรู้สึกทางบวก ความรู้สึกทางลบ และความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้ง 3 นี้ เรียกว่าระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจนั้นจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ ความพึงพอใจสามารถแสดงออกมาในรูปของความรู้สึกทางบวกแบบต่าง ๆ ได้ และความรู้สึกทางบวกนี้ยังเป็นตัวช่วยให้เกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้นได้ (Shelly, M., 1975) โดยคุณภาพการให้บริการและการสร้างความพึงพอใจถือว่าเป็นสิ่งสำคัญของธุรกิจงานให้บริการ ธุรกิจงานให้บริการจำเป็นต้องเข้าใจถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ซึ่งความพึงพอใจของผู้ใช้บริการก็เป็นส่วนที่จะช่วยประเมินการให้บริการ การประเมินเป็นการให้ค่าระดับความรู้สึกหรือความพึงพอใจหลังการซื้อหรือเข้ารับบริการ ซึ่งผลการเปรียบเทียบของการทำงานของผู้ให้บริการว่ามีคุณภาพมากพอหรือไม่ ถ้าหากระดับผลที่ได้รับจากการบริการตรงตามความคาดหวังของลูกค้าจะทำให้เกิดความพึงพอใจ ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และต้องการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง (ฉัตร โชติช่วง, 2564)

จากสภาพปัญหาและความสำคัญดังกล่าว จึงสนใจที่จะทำการวิจัย เรื่อง นวัตกรรมบริการลูกค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการบริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ท่าอากาศยานนานาชาติ นครศรีธรรมราช เพื่อเป็นเครื่องมือที่สำคัญทางธุรกิจช่วยสร้างความแตกต่างในการบริการที่นำไปสู่การสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันและนำไปสู่การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าของบริษัทเบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ท่าอากาศยานนานาชาตินครศรีธรรมราช จึงมุ่งศึกษาถึงระดับความพึงพอใจในนวัตกรรมบริการของกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ที่ถือเป็นลูกค้าประจำของบริษัท ซึ่งนวัตกรรมบริการ ได้กำหนดประเด็นการพิจารณาเป็น 4 ด้าน ประกอบไปด้วยด้านข้อมูลสารสนเทศ (Information) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านเทคโนโลยี

(Technology) และด้านสภาพแวดล้อม (Environment) เพื่อทราบว่าประเด็น ทั้ง 4 ประเด็นข้างต้น ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการหรือไม่อย่างไร โดยผลที่ได้จากงานวิจัยจะนำไปสู่ การพัฒนาหรือปรับปรุงระดับการบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า รวมถึงเพื่อใช้เป็นตัวสะท้อนแนวคิดของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ หรือ บริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ในการหารูปแบบการบริการใหม่ ๆ ตามแนวคิดนวัตกรรมบริการ ที่จะบริการให้กับลูกค้า เพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการอย่างเต็มที่ และเพื่อเป็นการปรับปรุงการดำเนินงานและเพิ่มผลกำไรให้กับธุรกิจ การบริการถือว่าเป็นชุดของการโต้ตอบระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า ซึ่งลูกค้ามีอิทธิพลมากต่อการปรับปรุงกระบวนการบริการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในนวัตกรรมบริการของบริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ท่าอากาศยานนานาชาตินครราชสีมา
2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของบริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ท่าอากาศยานนานาชาตินครราชสีมา

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ มีวิธีดำเนินการวิจัย ตามลำดับขั้นตอนดังนี้

รูปแบบการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีการศึกษาในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ผ่านระบบ Google Form เวลาในการดำเนินการ ตั้งแต่เดือนมิถุนายน - กันยายน พ.ศ. 2567 รวมระยะเวลา 4 เดือน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เป็นลูกค้ารายใหญ่ที่มาใช้บริการเป็นประจำทุกเดือนของบริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ท่าอากาศยานนานาชาตินครราชสีมา จำนวนทั้งสิ้น 52 ราย เลือกแบบเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามซึ่งค้นคว้าข้อมูลและพัฒนาแบบสอบถามขึ้นจากเอกสาร ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 4 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยคำถามจะเป็นลักษณะให้เลือกตอบ (Check List) ประกอบด้วยเพศ ช่วงอายุ อาชีพ และประเภทสินค้าที่ส่ง-รับ ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในนวัตกรรมบริการของลูกค้ารายใหญ่ บริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ท่าอากาศยานนานาชาตินครราชสีมา เป็นคำถามแบบประเมินค่า (Likert Scale) แบ่งความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ โดยข้อความคำถามเป็นลักษณะให้เลือกตอบ 4 ด้านของนวัตกรรมบริการ คือ 1) ด้านข้อมูลสารสนเทศ 5 ข้อคำถาม 2) ด้านกระบวนการ 8 ข้อคำถาม 3) ด้านเทคโนโลยี 3 ข้อคำถาม และ 4) ด้านสภาพแวดล้อม 2 ข้อคำถาม ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้ารายใหญ่ บริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ท่าอากาศยานนานาชาตินครราชสีมา เป็นคำถามแบบประเมินค่า (Likert Scale) แบ่งความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ โดยข้อความคำถามเป็นลักษณะให้เลือกตอบใน 4 ข้อคำถาม โดยกำหนดเกณฑ์การพิจารณาระดับความพึงพอใจและระดับการตัดสินใจ ดังนี้ ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด 3.41 - 4.20 หมายถึง ระดับมาก 2.61 - 3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง 1.81 - 2.60 หมายถึง ระดับน้อย และค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2560) และตอนที่ 4 แบบสอบถาม



เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เป็นการให้ระบุความคิดเห็นได้อย่างอิสระในช่องว่างที่กำหนดไว้ เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) ได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบคุณภาพเครื่องมือ 2 ส่วน คือ วิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) หาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยการนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ช่วยตรวจสอบความถูกต้องและความครอบคลุมของเนื้อหาที่ต้องการศึกษา ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจ การจัดการธุรกิจและการบัญชี และการตลาดและการบริการลูกค้า ทั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (IOC : Index of Item Objective Congruence) ของแบบสอบถามทั้งฉบับได้เท่ากับ 0.89 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ 0.60 (Rovinelli, R. J., 1977) โดยข้อคำถามทุกข้อมีค่า IOC มากกว่า 0.50 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาแล้วไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) หรือความเที่ยงตรงของเครื่องมือวิจัยโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมั่น โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ครอนบาค (Cronbach's Alpha-Coefficient) (Cronbach, L. J., 1970) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ครอนบาค ของแบบสอบถาม ทั้งฉบับเท่ากับ 0.98 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ 0.70 ถือได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ มีความคงเส้นคงวภายใน (Internal Consistency) โดยที่แบบสอบถามในแต่ละข้อคำถามมีความสัมพันธ์กับข้ออื่น ๆ ในแบบสอบถามฉบับเดียวกัน และสามารถนำไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริงได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้ารายใหญ่ของบริษัทด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมา และผ่านการทดลองใช้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ครอนบาค ที่น่าเชื่อถือ

สถิติที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistical Analysis) ซึ่งเป็นการหาค่าสถิติพื้นฐานโดยนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอข้อมูลเป็น ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลที่ได้จากการวิจัย และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอ้างอิงวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression) ในรูปแบบของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจใช้บริการบริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ท่าอากาศยานนานาชาติ นครศรีธรรมราช และ ตัวแปรอิสระ คือ ระดับความพึงพอใจในนวัตกรรมบริการ ด้านข้อมูลสารสนเทศ (Information) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านเทคโนโลยี (Technologies) และด้านสภาพแวดล้อม (Environment) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจในนวัตกรรมบริการของบริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ท่าอากาศยานนานาชาติ นครศรีธรรมราช ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไป 2) ความพึงพอใจในนวัตกรรมบริการของบริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ท่าอากาศยานนานาชาติ นครศรีธรรมราช และ 3) การตัดสินใจใช้

บริการ บริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ท่าอากาศยานนานาชาตินครศรีธรรมราช สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 1 - 3

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	29	56
ชาย	23	44
รวม	52	100
อายุ		
15- 20 ปี	3	6
21-30 ปี	23	44
31-45 ปี	19	37
มากกว่า 46 ปี	7	13
รวม	52	100
อาชีพ		
ค้าขาย	6	11
รับจ้างทั่วไป	5	10
ข้าราชการ	3	6
พนักงานบริษัท	15	29
ธุรกิจส่วนตัว	18	35
นักเรียน/นักศึกษา	5	9
รวม	52	100
ประเภทสินค้าที่ส่ง-รับ		
- เอกสาร, หนังสือพิมพ์รายวัน, สิ่งตีพิมพ์, นิตยสาร, แบบเรียน ฯลฯ	11	21
- สินค้าทั่วไป	23	44
- สินค้าเพื่อการบริโภค อาหารและเครื่องใช้ทุกชนิด, รวมถึงสินค้าแช่แข็ง, พันธุ์พืช, ดอกไม้สด ฯลฯ	13	25
- พันธุ์สัตว์น้ำมีชีวิต, ลูกเป็ด, ลูกไก่, ลูกนก ฯลฯ	4	8
- อื่น ๆ	1	2
รวม	52	100

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาทั้งหมด 52 คน พบว่าเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 56) ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี (ร้อยละ 44) มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 35) โดยมีประเภทสินค้าที่ส่ง-รับ เป็นสินค้าทั่วไปมากที่สุด (ร้อยละ 44)



ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในนวัตกรรมบริการ

นวัตกรรมบริการบริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านข้อมูลสารสนเทศ (Information)	4.52	0.54	มากที่สุด
ด้านกระบวนการ (Process)	4.55	0.57	มากที่สุด
ด้านเทคโนโลยี (Technologies)	4.54	0.61	มากที่สุด
ด้านสภาพแวดล้อม (Environment)	4.45	0.72	มากที่สุด
ภาพรวม	4.52	0.61	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในนวัตกรรมบริการของบริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ทำอาภาศยานนานาชาตินครศรีธรรมราช โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.52, S.D. = 0.61) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.55, S.D. = 0.57) รองลงมา คือ ด้านเทคโนโลยี ($\bar{X}$ = 4.54, S.D. = 0.61) ด้านข้อมูลสารสนเทศ ($\bar{X}$ = 4.52, S.D. = 0.54) และด้านสภาพแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.45, S.D. = 0.72) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจใช้บริการ

การตัดสินใจใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
การเชื่อมั่นในการส่งมอบบริการที่ใหม่และมีคุณภาพ	4.62	0.60	มากที่สุด
ความมั่นใจ และตั้งใจในการตัดสินใจเข้าใช้บริการ	4.60	0.57	มากที่สุด
การเลือกใช้บริการซ้ำหากพอใจในการรับบริการ	4.56	0.61	มากที่สุด
การนำประสบการณ์ที่ได้ไปบอกต่อ	4.52	0.64	มากที่สุด
ภาพรวม	4.57	0.52	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจใช้บริการ บริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ทำอาภาศยานนานาชาตินครศรีธรรมราช โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.57, S.D. = 0.52) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า การเชื่อมั่นในการส่งมอบบริการที่ใหม่และมีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.62, S.D. = 0.60) รองลงมา คือ ความมั่นใจ และตั้งใจในการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ($\bar{X}$ = 4.60, S.D. = 0.57) การเลือกใช้บริการซ้ำหากพอใจในการรับบริการ ($\bar{X}$ = 4.56, S.D. = 0.61) และการนำประสบการณ์ที่ได้ไปบอกต่อ ($\bar{X}$ = 4.52, S.D. = 0.64) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของบริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ทำอาภาศยานนานาชาตินครศรีธรรมราช แสดงความสัมพันธ์กันของตัวแปรอิสระแสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น ในรูปแบบของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 4 และ 5

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์กันของตัวแปรอิสระ

ตัวแปร	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
ด้านข้อมูลสารสนเทศ	.836	.081	.036	.161	6.221

ตัวแปร	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
ด้านกระบวนการ	.871	.468	.234	.167	5.989
ด้านเทคโนโลยี	.811	.067	.029	.204	4.901
ด้านสภาพแวดล้อม	.753	.293	.135	.320	3.122

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์กันของตัวแปรอิสระ ก่อนการวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยเชิงเส้น ในรูปแบบของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบตามข้อตกลงเบื้องต้นในการวิเคราะห์การถดถอย โดยข้อมูลที่ปรากฏในงานวิจัยฉบับนี้มีตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามเป็นตัวแปรเชิงปริมาณ โดยตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับตัวแปรตาม การแจกแจงของตัวแปรตามเป็นแบบโค้งปกติ (Normal Distribution) และตัวแปรอิสระในงานวิจัยไม่มีความสัมพันธ์กัน (ค่า Tolerance ทุกตัวมากกว่า 0.1 ค่า VIF ทุกตัวน้อยกว่า 10 และ เครื่องหมายหน้าค่า Zero-order และค่า B เป็นไปในทิศทางเดียวกัน/ทุกตัวเป็นบวก) หรือเป็นอิสระต่อกันจึงไม่ทำให้เกิด Multicollinearity (การที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันมากซึ่งจะมีผลกระทบทำให้ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) สูงเกินความเป็นจริง)

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น ในรูปแบบของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

นวัตกรรมบริการ	การตัดสินใจใช้บริการ ของบริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส			
	ลอจิสติกส์ จำกัด ท่าอากาศยานนานาชาตินครศรีธรรมราช			
	B	β	t	Sig.
ค่าคงที่	.770	-	2.681	.010*
ด้านข้อมูลสารสนเทศ	.086	.089	.554	.582
ด้านกระบวนการ	.523	.572	3.630	.001*
ด้านเทคโนโลยี	.056	.065	.457	.649
ด้านสภาพแวดล้อม	.175	.239	2.104	.041*

หมายเหตุ : $R^2 = .805$, $AR^2 = .789$, $F = 48.603$, $*p < .05$

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยเชิงเส้น ในรูปแบบของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจใช้บริการ ของบริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ท่าอากาศยานนานาชาตินครศรีธรรมราช และ ตัวแปรอิสระ คือ นวัตกรรมบริการ ทั้ง 4 ด้าน ด้านข้อมูลสารสนเทศ ด้านกระบวนการ ด้านเทคโนโลยี และด้านสภาพแวดล้อม พบว่า นวัตกรรมบริการด้านกระบวนการ และด้านสภาพแวดล้อม ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของบริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านข้อมูลสารสนเทศ และด้านเทคโนโลยีไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของบริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของบริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด พบว่า ด้านกระบวนการ ($\beta = .572$) ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อม ($\beta = .239$) ด้านข้อมูลสารสนเทศ ($\beta = .089$) และด้านเทคโนโลยี ($\beta = .065$) ตามลำดับ มีค่าความผันแปรของตัวแปรตอบสนองที่



สามารถอธิบายได้มีอยู่ในตัวแบบเชิงเส้นนี้ 80.5 เปอร์เซนต์ หรือ $R^2 = .805$ แสดงให้เห็นว่าอิทธิพลของนวัตกรรมบริการด้านข้อมูลสารสนเทศ ด้านกระบวนการ ด้านเทคโนโลยี และด้านสภาพแวดล้อม ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของบริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด คิดเป็นร้อยละ 80.50 ที่เหลืออีกร้อยละ 19.50 เป็นผลเนื่องจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้นำมาพิจารณา จากผลการทดสอบค่าทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ 4 ตัว ได้แก่ นวัตกรรมบริการด้านข้อมูลสารสนเทศ (X_1) ด้านกระบวนการ (X_2) ด้านเทคโนโลยี (X_3) และด้านสภาพแวดล้อม (X_4) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของบริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ($\hat{Y}$) สามารถเขียนให้อยู่ในรูปสมการเชิงเส้นตรงที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เพื่อทำนายการตัดสินใจใช้บริการ ของลูกค้าบริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ดังนี้ $\hat{Y} = 0.770 + 0.086X_1 + 0.523X_2 + 0.056X_3 + 0.175X_4$ จากสมการเชิงเส้นตรงดังกล่าว จะเห็นว่าค่าสัมประสิทธิ์ (B) ของด้านกระบวนการ เท่ากับ 0.523 และด้านสภาพแวดล้อม เท่ากับ 0.175 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก ถือว่ามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการ ของลูกค้าบริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านข้อมูลสารสนเทศ เท่ากับ 0.086 และด้านเทคโนโลยี เท่ากับ 0.056 ถือว่าไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการ ของลูกค้าบริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

จากผลการศึกษาระดับความพึงพอใจในนวัตกรรมบริการของบริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ทำอาภาศยานานาชาตินครศรีธรรมราช ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไป ส่วนมากเป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวโดยมีประเภทสินค้าที่ส่ง-รับ เป็นสินค้าทั่วไปมากที่สุด โดยภาพรวมมีระดับความพึงพอใจในนวัตกรรมบริการของบริษัทอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ด้านเทคโนโลยี ด้านข้อมูลสารสนเทศ และด้านสภาพแวดล้อม รองลงมาตามลำดับ ระดับการตัดสินใจใช้บริการฯ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด การเชื่อมั่นในการส่งมอบบริการที่ใหม่และมีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ความมั่นใจ และตั้งใจในการตัดสินใจเข้าใช้บริการ การเลือกใช้บริการซ้ำหากพอใจในการรับบริการ และการนำประสบการณ์ที่ได้ไปบอกต่อ ตามลำดับ

จากผลการวิเคราะห์อิทธิพลของนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของบริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ทำอาภาศยานานาชาตินครศรีธรรมราช แสดงความสัมพันธ์กันของตัวแปรอิสระ สมการถดถอยเชิงเส้น ในรูปแบบของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ มีตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามเป็นตัวแปรเชิงปริมาณ โดยตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับตัวแปรตาม การแจกแจงของตัวแปรตามเป็นแบบโค้งปกติ (Normal Distribution) และตัวแปรอิสระในงานวิจัยไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือเป็นอิสระต่อกันจึงไม่ทำให้เกิด Multicollinearity ผลการวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยเชิงเส้น ในรูปแบบของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจใช้บริการ และ ตัวแปรอิสระ คือ นวัตกรรมบริการ ทั้ง 4 ด้าน ด้านข้อมูลสารสนเทศ ด้านกระบวนการ ด้านเทคโนโลยี และด้านสภาพแวดล้อม นวัตกรรมบริการด้านกระบวนการ และด้านสภาพแวดล้อม ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.05 ส่วนด้านข้อมูลสารสนเทศและด้านเทคโนโลยีไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของบริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ด้านกระบวนการ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านข้อมูลสารสนเทศ และด้านเทคโนโลยี ตามลำดับ อภิปรายผลการวิจัยได้ว่า 1) นวัตกรรมบริการลูกค้าด้านข้อมูลสารสนเทศ (Information) ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเมื่อพิจารณาในข้อคำถามด้านข้อมูลสารสนเทศข้อหนึ่งซึ่งผู้ตอบให้ค่าระดับความพึงพอใจต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับข้ออื่น คือ การที่บริษัทมีการให้ข้อมูลข่าวสาร การโปรโมทบริการหรือการแจ้งโปรโมชันตามสื่อประชาสัมพันธ์และอินเทอร์เน็ตทำให้ง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูล ด้วยการที่บริษัทมีกลุ่มลูกค้าที่ค่อนข้างจำเพาะมีสินค้าไม่กี่ประเภทที่เหมาะสมกับการขนส่งทางอากาศ ทางบริษัทจึงไม่ได้ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ มากเท่าที่ควร ผลวิจัยอาจแตกต่างจากแนวคิดหลักของงานที่กล่าวว่า จะต้องให้ความสำคัญกับนวัตกรรมบริการทั้ง 4 ด้านจึงจะทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการได้ ดังที่ ดร.มนู อรดีดลเชษฐ์ ได้อ้างถึงผลสรุปจากการบรรยายในงาน SRII Asia Summit 2013 ที่ได้สรุปไว้ว่า การสร้างนวัตกรรมบริการต้องอาศัยกรอบ (Framework) เพื่อใช้เป็นหลักยึดในกระบวนการของนวัตกรรมบริการ ที่มี 4 ส่วน 1) ข้อมูลสารสนเทศ (Information) 2) กระบวนการ (Process) 3) เทคโนโลยี (Technologies) และ 4) สภาพแวดล้อม (Environment) (มนู อรดีดลเชษฐ์, 2556)

2) นวัตกรรมบริการลูกค้าด้านกระบวนการ (Process) ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด โดยพบว่า ด้านนี้ผู้ตอบมีระดับความพึงพอใจโดยรวมสูงที่สุด โดยบริษัทให้ความสำคัญกับกระบวนการบริการลูกค้าค่อนข้างมาก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเวลาการบริการที่ต้องรวดเร็ว การประชุมเพื่อปรับขั้นตอนการทำงานอยู่เสมอ การเพิ่มทางเลือกบริการจัดส่งให้หลากหลาย การเพิ่มบริการหลังการขายโดยตรวจสอบสถานะสิ่งของหลังจัดส่ง รวมถึงการรับประกันความปลอดภัยในกระบวนการขนส่ง ซึ่งสิ่งเหล่านี้สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ซึ่งผลการวิจัยเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ ฌีนาภัทร บัวแก้ว และกฤษฎดา เขียววัฒนสุข ที่ได้ศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบลักษณะผู้ใช้บริการ คุณภาพบริการที่ได้รับและประสิทธิภาพที่ได้รับที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของบริษัทขนส่ง เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด และบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด พบว่า กระบวนการให้บริการของพนักงานที่มีขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ดี การบริการที่รวดเร็ว ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า และสร้างสื่อโฆษณา เป็นสิ่งสำคัญที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (ฌีนาภัทร บัวแก้ว และกฤษฎดา เขียววัฒนสุข, 2562) ดังนั้น ผู้ให้บริการรายใดที่ให้บริการไม่ได้มาตรฐาน มีความล่าช้าในการจัดส่ง ละเลยการติดตามปัญหาของผู้ใช้บริการ จะได้รับผลกระทบต่อชื่อเสียง ความไว้วางใจ และภาพลักษณ์ของผู้ประกอบการบริการจัดส่งพัสดุภัณฑ์ (ปาริชาติ ช้วนรักธรรม และคณะ, 2563) และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Weng, M. H. et al. ได้กล่าวถึงความสำคัญของนวัตกรรมบริการไว้ว่า นวัตกรรมบริการเป็นเครื่องมือที่สำคัญทางธุรกิจที่นำไปสู่การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบและขั้นตอนการให้บริการเพื่อบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าโดยเน้นการอำนวยความสะดวก และเพิ่มความรวดเร็วในการเข้ารับบริการ (Weng, M. H. et al., 2012) อีกทั้ง โสภิน รัตนสุภา และคณะ ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการค่าส่ง ของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ยังค้นพบองค์ความรู้จากการวิจัยที่สะท้อนให้เห็นว่า ปัจจัยด้านการบริการลูกค้าส่งผลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการ รองลงมาเป็นลักษณะองค์กรผู้



ให้บริการ และปัจจัยถัดมาจึงเป็นเรื่องของเป็นราคาสินค้าหรือบริการ (โศภิน รัตนสุภา และคณะ, 2567) 3) นวัตกรรมบริการลูกค้าด้านเทคโนโลยี (Technologies) ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริษัทไม่ได้ให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ โดยในแบบสอบถามมีข้อความข้อหนึ่งที่กล่าวถึงประเด็นนี้และผู้ตอบให้คะแนนระดับความพึงพอใจที่ต่ำกว่าข้ออื่น รวมถึงมีผู้ตอบบางรายให้ข้อเสนอแนะว่าบริษัทควรมีตู้รับ-ส่งเอกสารอัตโนมัติมาให้บริการอีกด้วย ซึ่งในประเด็นเทคโนโลยีค่อนข้างอยู่ในความสนใจของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้า ณ ปัจจุบันเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เอี่ยมศิริ ที่ได้ศึกษาเรื่อง นวัตกรรมการตลาดธุรกิจผู้ให้บริการขนส่งพัสดุ พบว่า ลูกค้าที่เคยใช้บริการธุรกิจผู้ให้บริการขนส่งพัสดุในเขตกรุงเทพมหานครพึงพอใจในนวัตกรรมทางเทคโนโลยี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และยังพบว่า นวัตกรรมทางเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภค (ศิริวรรณ เอี่ยมศิริ, 2564) เช่นเดียวกันกับ กันยาภาญจน์ จันทรเหลียม และพัฒน์ พิสิษฐเกษม ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต ที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการบริการไปรษณีย์ จำเป็นต้องปรับตัวในทุกด้านโดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีเพื่อให้สามารถขนส่งสินค้าและพัสดุได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และหลากหลาย และควรให้ความสำคัญกับการให้บริการลูกค้า (Customer Service) ให้มากขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า (กันยาภาญจน์ จันทรเหลียม และพัฒน์ พิสิษฐเกษม, 2561) และ 4) นวัตกรรมบริการลูกค้าด้านสภาพแวดล้อม (Environment) ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ เป็นลำดับที่ 2 รองจากด้านกระบวนการ โดยในด้านนี้จะกล่าวถึงเครื่องมืออุปกรณ์ที่ถูกนำมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการขนส่งขนย้ายสินค้าที่จะรักษาคุณภาพ ไม่ทำให้สินค้าได้รับความเสียหาย รวมถึงอาคารสถานที่ของจุดรับบริการของบริษัทที่ตั้งอยู่ในเขตเมืองลูกค้าเข้าถึงได้สะดวก สอดคล้องกับ ณิชมน สารพันธ์ และรุ่งนภา กิตติลาภ ที่ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการค้าส่งในจังหวัดขอนแก่น พบว่า องค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ เพื่อให้เลือกใช้บริการขนส่งเพื่อให้ได้ประโยชน์ต่อธุรกิจสูง คือ การมีสภาพแวดล้อม เครื่องมือ อุปกรณ์การจัดส่งที่ดี ได้แก่ การมีเครื่องจัดส่งสินค้าอัตโนมัติ เพื่อลดเวลาในการรอคิวเข้ารับบริการ จะทำให้ผู้มาเข้ารับบริการสามารถดำเนินการด้วยตัวเองได้ มีเครื่องมือที่สามารถชั่งน้ำหนักหรือเลือกการบริการที่ต้องการ การออกบาร์โค้ดสำหรับส่งสินค้า การชำระด้วยเงินสดหรือบัตรเครดิตและจ่ายเงินทอนได้เอง ออกใบเสร็จได้เอง เป็นต้น (ณิชมน สารพันธ์ และรุ่งนภา กิตติลาภ, 2562) และยังสอดคล้องกับการรายงานผลของ นลิตา เตชะศิริประภา ที่พบว่า ธุรกิจขนส่งพัสดุมีข้อท้าทายและแข่งขัน 5 ประเด็น (นลิตา เตชะศิริประภา, 2565) ประกอบด้วย 1) การสร้างแบรนด์ที่ต้องให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือ ที่จะส่งผลให้แบรนด์ของธุรกิจเป็นที่ชื่นชอบและจดจำสำหรับลูกค้าทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก 2) ความรวดเร็วในการขนส่งสินค้าตัวอย่างเช่นเวลาที่ใช้ในการส่งพัสดุ 5 - 7 วันแต่ปัจจุบันใช้เวลาส่งพัสดุไม่เกิน 2-3 วันเพราะผู้ประกอบการแต่ละรายมีทั้งศูนย์คัดแยกและจำนวนรถขนส่งมากขึ้น 3) ราคาค่าขนส่งเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ลูกค้าใช้ในการตัดสินใจใช้บริการ 4) การนำเสนอตัวแทนของผู้ประกอบการที่มีการเลือกดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงมาเป็นตัวแทนนำเสนอธุรกิจ และ 5) จุดบริการ ที่สะดวก มีสาขามากมายเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งจัดอยู่ในส่วนของสภาพแวดล้อมในการบริการ

สรุปและข้อเสนอแนะ

บริษัทเบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ท่าอากาศยานนานาชาตินครศรีธรรมราช เป็นบริษัทที่ให้บริการขนส่งทางอากาศ มีวิสัยทัศน์ที่จะเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมขนส่งสินค้าทางอากาศ ให้ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น ราคาจับต้องได้ และเป็นการขนส่งสินค้า ระยะทางไกลแบบรวดเร็วที่สุด ประเด็นที่บริษัทให้ความสำคัญเป็นอย่างมากคือเรื่องการบริการลูกค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การบริการในรูปแบบใหม่ ๆ ที่นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า หรือที่เรียกว่า “นวัตกรรมบริการ” การสร้างนวัตกรรมบริการภายใต้กรอบ (Framework) ที่มี 4 ส่วนที่สำคัญ ประกอบด้วย 1) ข้อมูลสารสนเทศ (Information) 2) กระบวนการ (Process) 3) เทคโนโลยี (Technologies) และ 4) สภาพแวดล้อม (Environment) จะเป็นเครื่องมือที่สำคัญทางธุรกิจช่วยสร้างความแตกต่างในการบริการที่นำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันและนำไปสู่การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า การทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการจะนำมาซึ่งการตัดสินใจใช้บริการในครั้งต่อไป ผลจากการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการบริษัทเบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด มีระดับความพึงพอใจในนวัตกรรมบริการทั้ง 4 ด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับสูงที่สุด รองลงมา คือ ด้านเทคโนโลยี ด้านข้อมูลสารสนเทศ และด้านสภาพแวดล้อม ตามลำดับ โดยมีระดับการตัดสินใจใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และพบว่า นวัตกรรมบริการด้านกระบวนการ และด้านสภาพแวดล้อม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านข้อมูลสารสนเทศ และด้านเทคโนโลยีไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โดยผลที่ได้จากงานวิจัยจะนำไปสู่ การนำความคิดและแนวทางการดำเนินงานใหม่ ๆ ที่ผ่านการคิดอย่างเป็นระบบและเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการมาใช้เป็นแนวทางการพัฒนาหรือปรับปรุงระดับการบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า รวมถึงเพื่อใช้เป็นตัวสะท้อนแนวคิดของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ หรือบริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ในการหาแบบบริการใหม่ ๆ ตามแนวคิดนวัตกรรมบริการ การสร้างการบริการที่แตกต่างจะช่วยตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้าได้ และเพื่อเป็นการปรับปรุงการดำเนินงานและเพิ่มผลกำไรให้กับธุรกิจ นวัตกรรมบริการยังเป็นเครื่องมือที่สำคัญทางธุรกิจที่นำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน การบริการถือว่าเป็นชุดของการโต้ตอบระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า ซึ่งลูกค้ามีอิทธิพลอย่างมากต่อการปรับปรุงกระบวนการบริการ โดยนวัตกรรมการบริการเป็นการนำนวัตกรรม มาพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบและขั้นตอนการให้บริการ เพื่อบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าโดยเน้นด้านกระบวนการ และด้านสภาพแวดล้อม หมายรวมถึงการอำนวยความสะดวก การเพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการ รวมถึงการจัดเตรียมเครื่องมือ อุปกรณ์ในการดำเนินการขนส่งที่ดี กล่าวกันว่านวัตกรรมบริการจะเป็นแนวโน้มที่สำคัญอย่างหนึ่งของโลกยุคปัจจุบันและอนาคต โดยการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ที่มาใช้บริการ ณ บริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ท่าอากาศยานนานาชาติจังหวัดนครศรีธรรมราชเท่านั้น ซึ่งอาจทำให้การวิจัยไม่สามารถอธิบายผลหรือนำไปใช้ในภาพรวมของพื้นที่อื่น ๆ ได้ ดังนั้น ผู้ที่จะศึกษาวิจัยในอนาคตอาจจะใช้แนวทางจากงานวิจัยนี้เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในนวัตกรรมบริการของบริษัทขนส่งทางอากาศแห่งอื่น หรือในพื้นที่อื่น ๆ เพื่อให้ที่บริษัทขนส่งทางอากาศสามารถนำไปปรับใช้ในการพัฒนาการบริการรูปแบบใหม่ ๆ ให้ทันตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยี และเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อไปในอนาคต



กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณคณาจารย์ สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้ ที่ให้คำปรึกษาในการทำงานวิจัย และขอขอบคุณลูกค้ารายใหญ่ที่มาใช้บริการ ณ บริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด ที่ให้ความร่วมมือในการทำวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- กันยาภาณุจัน จันทรเหลี่ยม และพัฒน์ พิสิษฐเกษม. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการไปรษณีย์ไทย สาขามหาวิทยาลัยรังสิต. วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์, 4(2), 352-364.
- ฉัตร โชติช่วง. (2564). คุณภาพงานบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการทรมูฟสาขาเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ. ใน รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ชูศรี วงศ์รัตน. (2560). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพมหานคร: อมรการพิมพ์.
- ณิชนัน สารพันธ์ และรุ่งนภา กิตติลาภ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการค้าส่งในจังหวัดขอนแก่น. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 9(1), 20-31.
- ณิชาภัทร บัวแก้ว และกฤษฎดา เขียววัฒนสุข. (2562). การเปรียบเทียบลักษณะผู้ใช้บริการ คุณภาพบริการที่ได้รับ และประสิทธิภาพที่ได้รับที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของบริษัทขนส่ง เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด และบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด. วารสารมหาจุฬานาครธรรมศร, 6(4), 1782-1796.
- นลิตา เตชะศิริประภา. (2565). ธุรกิจขนส่งพัสดุ 5 หมื่นล้าน แต่ละแบรนด์แข่งอย่างไรในวันที่ค่าส่งถูกอย่างเดียวไม่พอ. เรียกใช้เมื่อ 18 พฤศจิกายน 2567 จาก <https://shorturl.asia/2wGHT>
- บริษัท เบิร์ดเอ็กซ์เพรส ลอจิสติกส์ จำกัด. (2567). ทำความรู้จักกับ Bird Express. เรียกใช้เมื่อ 20 ตุลาคม 2567 จาก <https://www.birdexpress.co.th>
- ปาริชาติ ช้วนรักธรรม และคณะ. (2563). แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งไปรษณีย์ภัณฑ์และพัสดุไปรษณีย์ของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด. วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก, 6(2), 347-356.
- มนู อดีตลเชษฐ์. (2556). นวัตกรรมบริการ Method, Model and Tool ตอนที่ 1. เรียกใช้เมื่อ 30 มิถุนายน 2567 จาก <http://ictandservices.blogspot.com/2013/09/method-model-and-tool-1.html>
- ศิริวรรณ เอี่ยมศิริ. (2564). นวัตกรรมการตลาดธุรกิจผู้ให้บริการขนส่งพัสดุ. พิษณุเวชสาร, 17(1), 37-152.
- โสภิน รัตนสุภา และคณะ. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการค้าส่งของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก อำเภอฟุ่่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสาร Maejo Business Review, 6(1), 1-19.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2548). สูดยอนนวัตกรรมไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- Bolton, R. N. et al. (2018). Customer experience challenges: Bringing together digital, physical and social realms. Journal of Service Management, 29(5), 776-808.

- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of Psychological Test*. (5th ed.). New York, Harper Collins.
- Kerin, R. A. & Hartley, S. W. (2019). *Marketing*. (4th ed.). New York: McGraw Hill.
- Rovinelli, R. J. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion Referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 1(2), 49-60.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior*. (5th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profit, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*. New Brunswick (U.S.A) and London (U.K.): Transaction Publishers.
- Shelly, M. (1975). *Responding to Social Change*. Pennsylvania: Dowden Huntchisam Press. Inc.
- Weng, M. H. et al. (2012). A Study of the Relationship among Service Innovation Customer value and Customer Satisfaction: an industry in TAIWAN. *International Journal of Organizational Innovation*, 4(3), 98-112.